

## **ҚАЗАҚ ТІЛІНДЕГІ ҚАТЕ ЖАРНАМАЛАР ЖӘНЕ ОЛАРДЫ БОЛДЫРМАУДЫҢ ШАРАЛАРЫ**

*Advertisement illustrates not only product, but the language in which is written. In Kazakhstan any type of advertisement has to be written in Kazakh, only then in any other languages. Unfortunately, many billboards and information boards have both orthographic and stylistic mistakes in Kazakh language. In order to prevent such cases common mistakes by types will be evaluated in our presentation. We believe that preventing problems in use of language via IT technologies and specific artificial software, which check text and word will be helpful not only for businessmen by saving time and money, but also for government by giving huge opportunities for language learners.*

Нарықтық қарым-қатынасқа көшкен бүгінгі 21-ғасырда бәсекелестіктің негізгі көрсеткіші – маркетинг нысандары. Солардың ішіндегі жан-жағымызды қаптап кеткен жарнамалар - халықтың тауарға деген қызығушылығын арттыратын бірден бір мықты құрал. Жарнаманың сыртқы сипаты қарапайым болғанымен, бұл сала біз ойлағаннан әлдеқайда күрделі, көпқырлы және көпмазмұнды болып келеді. Оның экономикалық, әлеуметтік, саяси, психологиялық, лингвистикалық астарлары бар. Осы тұрғыдан алғанда кез келген елдің жарнамасынан ол елдің ұлттық ерекшелігі, әлеуметтік-тұрмыстық жағдайы, мәдениеті көрініп тұрады десек те болады. ҚР 2003 жылдың 19 желтоқсанындағы №508 «Жарнама туралы» Заңында «Қазақстан Республикасының аумағындағы жарнама мемлекеттік және орыс тілдерінде, сондай-ақ жарнама берушінің қалауы бойынша басқа тілдерде таратылады», -деп жазылған. Осыдан кез келген сала бойынша жасалатын жарнама түрі қазақ тілінде ақпарат беруге міндетті деп қорытсақ болады. Алайда көше бойында тізіліп тұрған жарнамалардағы қазақ тілінің жағдайы әзірге көңіл көншітерлік емес. Олардың арасында тура аудармалар, мағынасын ашпайтын сөздер, тіл ерекшелігіне байланысты басқа мағынаға ие болатын тіркестер көптеп кездеседі. Жарнама мәтінінен бөлек, суреттің өзі адамға, тіптен кейде тұтас қоғамға үлкен әсер қалдырады. Бұны да цензурадан өткізіп, құзырлы органдар қатал бақылауда ұстағаны абзал. Жарнама берушілер, жарнаманы оқушылар, яғни халықтың қазақ тілінде шалажансар берілген ақпаратқа бейжай қарамауы ғана бұл мәселені түзей алады.

Біз ұсынып отырған жобада қателіктер орфографиялық, синтаксистік және стильдік түріне қарай жеке-жеке талданады. Осыған байланысты ақпараттық технологияларды пайдалану арқылы мұндай қателіктерді толығымен жою көзделеді. Қисынға келмейтін аудармалар мен көзімізге бірден түсетін сауатсыздық қоғамдағы қазақ тілінің деңгейін өзі-ақ анықтап береді. Орыс тіліндегі ақпараттың ғана мағынасы мен сауаттылығына мән беріп, қазақ тілін тасада қалдыру қай ұйымға болсын абырой алып келмейді. Жарнаманы екі тілде беруде мәтіндегі барлық сөзді сөзбе-сөз аударып шығу міндет емес, ең бастысы - ойды нақты, ықшамды түрде дұрыс жеткізе білу. Жарнама мәтінін жазарда тұтынушы қазақ тіліндегі нұсқаны оқи отырып қажетті ақпаратқа ие болғанына көз жеткізу керек. Осылайша қазақ тілінің қолданыс аясын кеңейтіп, халықтың тілді үйреніп, дұрыс қолдануға деген ынтасын арттырамыз деп сенеміз.